

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang sangat pesat. Komputer adalah salah satu produk yang dihasilkan dari perkembangan teknologi yang digunakan untuk membantu kegiatan sehari-hari, terutama dalam bidang usaha. Komputer adalah serangkaian ataupun sekelompok mesin elektronik yang terdiri dari ribuan bahkan jutaan komponen yang dapat saling bekerja sama, serta membentuk sebuah sistem kerja yang rapi dan teliti. Sistem ini kemudian dapat digunakan untuk melaksanakan serangkaian pekerjaan secara otomatis, berdasar urutan instruksi ataupun program yang diberikan kepadanya (Edi-Nur, 2007)

Internet sekarang ini (dan sudah sejak beberapa waktu silam) telah menjadi jaringan komputer tersebar di dunia. Internet adalah himpunan informasi dan sumber daya komputer yang padat. Internet juga dapat diakses oleh umum, jaringan dimana siapapun yang memiliki komputer pribadi dan modem dapat terkoneksi. Akses yang mudah ke internet tengah mengubah pola hidup kita, dimana sekarang telah terbuka kesempatan bagi komunikasi, pendidikan dan hiburan yang masih menjadi impian sepuluh tahun silam (Bennett Falk, 1997:4).

Internet sekarang tidak lagi terkungkung dalam dunia akademis, melainkan telah menawarkan akses informasi dan sarana komunikasi yang

cepat namun murah bagi masyarakat umum. Internet akan menjadi sarana umum berikutnya. Internet merupakan realitas di balik ungkapan “*Information Superhighway*” (Jalan Bebas Hambatan Informasi) (Bennett Falk,1997:5).

Pada saat ini masih banyak instansi-intansi dan badan usaha yang belum menggunakan teknologi komputer maupun pemanfaatan internet sebagai alat untuk memberikan informasi. Dimana hal ini dapat menyebabkan perusahaan kurang berkembang dengan pesat dan kurang dikenali masyarakat luas.

Website merupakan bagian yang sangat dikenal dalam dunia internet. Dengan adanya website, perusahaan dapat menampilkan profile perusahaan, kegiatan perusahaan, dan semua informasi yang berkaitan dengan perusahaan.

World Wide Web (WWW) atau biasa disebut dengan Web, merupakan salah satu sumber daya Internet yang berkembang pesat. Informasi web didistribusikan melalui pendekatan *hypertext*, yang memungkinkan suatu text pendek menjadi acuan untuk membuka dokumen lain. Dengan pendekatan *hypertext* ini seseorang dapat memperoleh informasi dengan meloncat dari suatu dokumen ke dokumen yang lain. Dokumen-dokumen yang diaksespun dapat tersebar diberbagai mesin bahkan diberbagai negara (Abdul Kadir, 2003:4).

Perdagangan sebenarnya merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sejak awal peradabannya. Sejalan dengan perkembangan teknologi, cara dan

sarana yang digunakan untuk berdagang senantiasa berubah. Bentuk perdangan terbaru yang kian memudahkan penggunaannya kini ialah *e-commerce* (Nofie Iman, 2007).

Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Jelas, selain dari yang disebutkan diatas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis. Kesimpulannya, “*e-commerce is a part of e-business*”.

Internet commerce adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan atau pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet; harga lebih murah mengingat membuat situs diinternet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail diberbagai tempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif murah; serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai ditempat pemesan (Nofie Iman, 2007).

Website e-commerce adalah website yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*”. *E-commerce* akan merubah semua kegiatan marketing dan

juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan *trading* (perdagangan). Keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui *e-commerce* bagi suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan *online channel* yang biayanya lebih murah.
2. Mengurangi biaya yang berhubungan dengan kertas seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya.
3. Mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik/pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
4. Mempercepat pelayanan ke pelanggan dan pelayanan lebih responsif.

Samidi Glass & Craft merupakan perusahaan kecil menengah yang bergerak dalam bidang produksi ukir kaca atau dikenal dengan sebutan *venetion mirror* bagi masyarakat asing, dimana perusahaan ini mempunyai pangsa pasar di dalam negeri dan luar negeri. Daerah pemasaran di dalam negeri meliputi Bali, Yogyakarta, Jepara, Jakarta, Solo dan sekitarnya, sedangkan untuk pasar luar negeri saat ini meliputi Inggris, Perancis, Australia, Singapura dan Atlanta. Dalam hal ini perusahaan Samidi Glass & Craft belum memanfaatkan internet secara optimal sebagai sarana promosi sekaligus penjualan produknya. Untuk memasarkan produknya Samidi Glass & Craft selalu mengikuti kegiatan pameran yang diadakan baik oleh pemerintah maupun instansi-instansi tertentu. Bagi *customer* yang sudah mengenal pemesanan produk biasa dilakukan melalui *email*, telepon, dan hubungan langsung yaitu calon pembeli langsung datang ke *show room*.

Bertolak dari masalah diatas, Samidi Glass & Craft akan lebih berkembang pesat apabila memberikan informasi dengan memanfaatkan website. Selain *customer* dapat melihat produk-produk yang ditawarkan tanpa harus datang langsung ke *show room*, *customer* juga dapat melakukan pemesanan produk dan konfirmasi dengan lebih cepat. Selain itu Samidi Glass & Craft akan lebih dikenal oleh masyarakat luas, nasional, dan internasional dengan memanfaatkan website sebagai sarana promosi dan pemasaran. Karena saat ini yang terjadi pada banyak pelanggan yang menanyakan tentang website Samidi Glass & Craft untuk memudahkan mereka dalam mendapatkan informasi mengenai produk dan mengenai perusahaan.

Dengan memanfaatkan website sebagai sarana promosi dan penjualan produk akan lebih membangun image perusahaan mengingat trend pada saat ini banyak perusahaan melakukan promosi dengan memanfaatkan website. Selain itu Samidi Glass & Craft dapat lebih responsif terhadap pelanggan dengan adanya media website sehingga dapat senantiasa meningkatkan mutu pelayanan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

1.2 Perumusan Masalah

Pokok permasalahan yang menjadi dasar pembuatan Tugas Akhir ini adalah “Bagaimana merancang sebuah website *e-commerce* bagi perusahaan Samidi Galss & Craft sebagai sarana promosi dan penjualan produk ?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dan pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Merancang Website E-commerce pada Usaha Kecil Menengah Samidi Glass & Craft.
2. Membuat sebuah sistem informasi mengenai pemesanan dan cek produk bagi *customer*.
3. Memperpendek sistem order (*Customer* tidak perlu datang langsung ke *showroom*)

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian dalam tugas akhir ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, maka perlu adanya pembatasan masalah, yaitu:

Penyajian informasi penjualan meliputi informasi produk, informasi pemesanan dengan fasilitas katalog, konfirmasi pembayaran dan cek produk.

Program yang digunakan adalah Dreamweaver 8 dan DongKRAK-KIOSS Server Tools (PHP dan MySQL).

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Membantu dalam hal promosi produk dan pengenalan perusahaan baik nasional maupun internasional.
2. Mempermudah *customer* dalam hal pemesanan produk (*customer* tidak perlu datang langsung ke *showroom*)

3. Memberikan informasi mengenai sejauh mana proses produksi produk yang dipesan oleh *customer* dilakukan (berapa yang sudah jadi dan berapa yang belum selesai diproses).

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam pemahaman isi Laporan Tugas Akhir ini adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penulisan proposal.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang tinjauan pustaka dan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian antara lain pengertian sistem informasi manajemen, pengertian *e-commerce*, pengertian internet, pengertian PHP, MySQL, Dreamweaver8 dan penelitian sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tahapan-tahapan utama yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir meliputi obyek yang digunakan dalam penelitian,

teknik pengumpulan data yang digunakan, dan perancangan sistem.

BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISA SISTEM

Berisi perancangan sistem informasi manajemen meliputi perancangan database, perancangan HTML, perancangan visual dan perancangan program aplikasi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian.